## [Marc Raboy](http://vecam.org/spip.php?page=auteur&id_auteur=164&lang=fr&nemo=edm)Medios de comunicación

**[](http://vecam.org/spip.php?page=auteur&id_auteur=238&lang=fr&nemo=edm)**[**Marcelo Solervincens**](http://vecam.org/spip.php?page=auteur&id_auteur=238&lang=es&nemo=edm)

[**Marc Raboy**](http://vecam.org/spip.php?page=auteur&id_auteur=164&lang=es&nemo=edm)

**Estado actual: medios de comunicación globalizados**

Un análisis del estado actual de los medios de comunicación sobre todo en esta época de globalización ilustra los nuevos desafíos que reubican el papel de los medios de comunicación dentro de una sociedad de saberes compartidos.

Es necesario destacar que en el contexto de la globalización neoliberal, la información “digital” se ha transformado en una mercancía más que circula de acuerdo a las leyes del mercado de la oferta y la demanda.

Según esta lógica, los medios no están vendiéndole información a los ciudadanos, están vendiendo los ciudadanos a los publicistas. En esta medida, los contenidos resultan en distorsión de la realidad, fortaleciendo los estereotipos y reduciendo claramente la diversidad de los contenidos distribuidos. A manera de ejemplo -bastante utilizado- del resultado de este proceso de desregulación de los últimos 30 años, se pueden citar las declaraciones del jefe de la Instancia reguladora estadounidense bajo Ronald Reagan en 1980, quién en plena fiebre desreguladora declaró que la televisión era como cualquier aparato doméstico, como un “*tostador con imágenes*.” Y como no se regulan los tostadores, por qué regular la televisión. Lo cierto es que la privatización y la liberalización que acompañan a la globalización no han producido medios más diversos y pluralistas. [2]

La irrupción de la revolución de Internet y de la era digital atrajo al sector de la información, con la perspectiva de ganancia fácil, a una plétora de industriales de los sectores más variados -electricidad, informática, armamento, construcción, teléfono, agua. Edificaron gigantescos imperios que acapararon en pocas manos los medios de comunicación e integraron de manera vertical y horizontal los sectores de la información, la cultura y la diversión, separados anteriormente, con el desarrollo de conglomerados donde el conocimiento y los contenidos se transforman en una nueva mercancía.

Estos conglomerados multi-medios influyen en todos los aspectos de la vida cultural, social y política. Sin embargo, su lógica misma ha generado que los medios de masa hayan dejado de funcionar como contrapoder. Los medios de comunicación de masa (radio, periódicos, televisión, Internet), se realinean en función de una vocación mundial, y ya no más de carácter nacional. El proceso de concentración de los medios se traduce como el control de una gran variedad de medios en diferentes países y continentes. Por ello, no actúan como contrapoder al interior de los países.

Estos principales grupos son: *Vivendi Universal, AOL time Warner, Disney: News Corporation, Viacom y Bertelsmann, General Electric, Microsoft, Telefónica, France Telecom*. El poder real se encuentra ahora entre las manos de estos conglomerados que tienen más poder económico que la mayoría de los gobiernos. [3] La ausencia de los principales conglomerados mediáticos en los debates de la CMSI da cuenta de esta realidad.

La concentración de la propiedad de los medios significa por ejemplo que los cinco mayores conglomerados estadounidenses controlan casi la totalidad de las cadenas de radio y de televisión de este país. Lo importante no es el número de canales de televisión sino la diversidad de fuentes y de propietarios. Del primer caso resulta un mensaje simplificado para el consumo masivo. Con ello, es el derecho a la información el que aparece limitado y en entredicho. Por un lado, el fin de los monopolios estatales en países del Sur y en Europa ha traído consigo avances en la pluralidad de medios, aunque existe preocupación por la deslegitimación de los medios tradicionales. Sin embargo, la desreglamentación favorece este proceso porque a pesar de que las leyes de la libertad de prensa hayan sido establecidas para limitar el poder estatal, ahora resultan insuficientes para asegurar que la información y la comunicación sean un bien común. Como lo indica Ignacio Ramonet, aunque en los países del Norte la libertad de palabra esté garantizada, el derecho a estar bien informado es cuestionado por la concentración de los medios.

Por último, estos conglomerados no diferencian las tres formas tradicionales de comunicación (escrita, verbal o con imágenes), fomentando tanto Internet como las telecomunicaciones en general como un nuevo y poderoso medio que abarca las actividades culturales, de diversión y deportivas, de comunicación y de información. En esta medida cada vez es más difícil distinguir a los diferentes sectores industriales de la información de los de la cultura de masas y de la diversión. Los grandes conglomerados mundiales adquieren dimensiones de multimedia y venden sus productos bajo otros soportes aparte de la radio, la televisión y los periódicos tradicionales, o sea con filmes, videos, discos compactos, DVDs, parques de diversiones, cines, teatros, ¬deportes.

El desarrollo de las cadenas mundiales de información continua del tipo *CNN* ha sido imitado por otras cadenas estadounidense y del mundo, entre otras *BBC*, con gran impacto. La manipulación de la información y la resistencia en los países del Sur del planeta han dado origen, en primer lugar, a la cadena árabe *Al’Jazeera*, para contrarrestar la campaña contra el islamismo. Más recientemente, ha surgido*Telesur* con base en Venezuela, para contrarrestar la “*propaganda estadounidense”*. Estas experiencias evocan el cuestionamiento del Informe MacBride en los anos 70 y las esperanzas fallidas de los países no alineados en un proyecto de “*Nuevo Orden Mundial de la Información y de la Comunicación*” propuesto por la Unesco. [4]

Y al mismo tiempo, revelan la capacidad de adaptación de los medios tradicionales a las nuevas tecnologías y su persistencia como vehículos masivos de producción de consensos sociales y políticos.

**Los nuevos medios de comunicación. La apropiación por las comunidades y los ciudadanos**

El impacto de los nuevos medios de comunicación de la sociedad de los saberes y del conocimiento está ligado a la posibilidad de una mayor apropiación de quien los usa, ya sea como individuo o como una comunidad o grupo activo. A comienzos de los años 70 los medios de comunicación masivos tradicionales ya habían entrado en crisis en la medida en que la radio, la prensa y la televisión dejaban de lado a las minorías y a los asuntos locales.

En ese contexto los cambios tecnológicos favorecieron el desarrollo de proyectos colectivos de comunicación. En los años 60 y 70, en todas las regiones del mundo, se empezaron a desarrollar proyectos de videos y de emisoras de radio locales y comunitarias contra la hegemonía y las limitaciones de los medios tradicionales. Estas acciones se vieron beneficiadas con la revolución provocada por la aparición de los transistores, de los transmisores FM, del video. A esta etapa pertenecen las*radios piratas* en el Reino Unido, las *radios libres*en Francia, las *televisiones comunitarias*, las radios y clubes de video involucrados en la comunicación para el desarrollo, [5] movimientos sociales que usan las tecnologías apropiadas para llevar a cabo proyectos contra la crisis de representatividad de los sistemas políticos existentes y que constituyen una resistencia contra los grandes medios de comunicación. Se trata de procesos de contra-información y de procesos de comunicación en interactividad social que realizan las comunidades a partir, por ejemplo, de radios comunitarias en zonas rurales. [6]

Estos nuevos actores multiplican los espacios mediáticos y forman redes nacionales, regionales e internacionales que tarde o temprano harán su aparición sobre el escenario político mundial, interviniendo en diferentes instancias políticas. [7]

La llegada de Internet no sólo tuvo un impacto importante en los medios tradicionales, como ya se ha señalado, sino también en el fortalecimiento de los medios alternativos y comunitarios como la radio, la televisión y la prensa comunitaria favoreciendo procesos sociales de comunicación interactiva e intercambios en multimedia producto de la digitalización de los mensajes y de la integración de los “*telecentros*”. Internet abrió la posibilidad de un espacio inédito de intercambio de la información fuera de los circuitos de los conglomerados mediáticos, lo que contribuyó a dar una dimensión real al movimiento social mundial de la sociedad civil en temas globales. Algunos eventos en los que la circulación libre de información en Internet fue relevante son: la Rebelión Zapatista, en 1995 en Chiapas; la creación en red del movimiento francés ATTAC, a fines de 1998; el desarrollo en Internet de *freenets*, de los Centros de medios independientes como*Indymedia* que mostraron su eficacia en 1999 en Seattle para la cumbre de la OMC. Entre los movimientos recientes destaca el uso de Internet para canalizar la información alternativa y la organización ciudadana de reacción a la manipulación de la información por parte del gobierno de Aznar en España, después de los atentados de la estación Atocha de Madrid en 2004. En la misma tendencia de uso de las TIC para el fomento de redes y medios alternativos de circulación de la información y de monitoreo se encuentran el *Observatorio Francés de Medios de Comunicación*, el*CMAQ* en Québec, *Pulsar* en América latina y *Simbani* en Africa. [8]

Por otro lado, el desarrollo de los *iPod* y de los blogs, entre otros avances tecnológicos, sumados al uso de Internet favoreció la creación de nuevos medios de comunicación y nuevas experiencias de periodismo ciudadano que han tenido gran éxito no sólo en Estados Unidos y en países desarrollados sino también en la lucha por la libertad de expresión en los países del Sur.

Entre los nuevos medios de comunicación alternativos destaca el desarrollo inédito de comunidades virtuales en una perspectiva de mayor apropiación individual, a la vez local e internacional. [9] Cabe mencionar dentro de los movimientos sociales y redes ciudadanas en Internet con esta óptica [10] a: *Globalcn, Mistica, Vecam*, la Comunidad Web de movimientos sociales.[11] Se trata, como lo señala Manuel Castells, del advenimiento de las redes como nueva morfología social basada en la interconexión y la flexibilidad de la nueva topología que permite una circulación de enunciados que generan nuevos sentidos y efectos para la acción social y ciudadana;[12] lo que permite la existencia de redes de movimientos sociales, redes ciudadanas y cibercomunidades sobre temas de carácter mundial como la defensa del medio ambiente, la promoción de los derechos de la mujer en la organización de la cuarta *Conferencia Mundial de la Mujer* de la ONU y de la *Marcha Mundial de las Mujeres*.

Este desarrollo de los medios alternativos en la red y mediante el uso de nuevas tecnologías no deja de estar enfrentado a enormes desafíos entre los que destaca la problemática de la excesiva circulación de información en Internet. Algunos estudios señalan [13] que si antes había apenas algunos medios en cada localidad, ahora existen millones de sitios accesibles, lo que hace que el 50% del tráfico en la red visita un 0.5% de los sitios web. De este modo, la riqueza de la información se traduce en disminución de la atención y la cuestión de la credibilidad de la información se transforma en una cuestión fundamental.

**Funciones y responsabilidades de los medios de comunicación. La regulación, tema central del debate**

*¿Cómo intervendrá la comunidad internacional para facilitar un proceso de democratización de las comunicaciones en la relación compleja entre los medios y la sociedad de la información?*

Con el advenimiento de la globalización, debido a una variedad y combinación de razones -algunas técnicas, otras políticas, económicas, o ideológicas- los políticos nacionales están menos dispuestos y son menos capaces de intervenir en la esfera de la actividad de los medios de comunicación. Al mismo tiempo, han surgido poderosos mecanismos formales e informales (tales como acuerdos comerciales internacionales) a escala internacional, que limitan la capacidad de los gobiernos nacionales de influir en este sector. El ambiente internacional de los medios de comunicación en la era neoliberal es una nueva frontera en la que las reglas se van estableciendo sobre la marcha; como en toda situación fronteriza, el más poderoso establece las reglas para satisfacer sus necesidades particulares, mientras el menos poderoso trata de sobrevivir en una situación que él no creó.

Por otro lado, si dejamos de lado a las agencias internacionales como la UIT, que tienen un papel puramente más que nada técnico y que son subvencionadas y controladas por las grandes empresas mediáticas, no quedan lugares ni instancias donde se pueda debatir y menos aún tomar decisiones respecto a la información y los medios de comunicación como lo fue la UNESCO.

En este contexto, la CMSI constituía habrá constituido una ocasión única para discutir sobre los medios de comunicación en la sociedad de la información.[14] Sin embargo, la clara ausencia de los grandes medios de comunicación a lo largo del proceso preparatorio y de las Cumbres de Ginebra y Túnez no ha hecho posible dicho debate lo que pronostica resultados negativos. No obstante, la CMSI habrá permitido por lo menos que los diferentes actores sociales que participaron en este acontecimiento fundamental se posicionen.

Para algunos -incluyendo varios gobiernos y agencias internacionales importantes tales como la Unión Internacional de Telecomunicaciones y la Organización Mundial del Comercio-, los medios de comunicación no son otra cosa que un molde vacío a través del cual viaja la información. Según este punto de vista, no tiene ningún sentido, por ejemplo, debatir sobre los derechos humanos o la libertad de expresión en la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de Información. Para aquellos para quienes el término “medios de comunicación” se refiere en primer lugar al contenido y luego al envase, una afirmación como la antes mencionada es como valorar un vino por la forma de su botella.

Otro aspecto de este debate gira alrededor de la *regulación*. Los defensores de la*desregulación* de los medios plantean que la televisión, como hemos visto antes, no es más que “*una tostadora con imágenes*”. Por otro lado, aquellos que defienden la*autorregulación* de la industria o la *regulación compartida* entre la industria y el gobierno son más sensibles a la importancia del contenido, pero atribuyen un papel predominante a las entidades corporativas que constituyen las grandes organizaciones de los medios de comunicación.

El punto de vista de los medios de comunicación centrado en las personas enfoca el papel de éstas en la sociedad como facilitadores e intermediarios del debate público y del empoderamiento individual y colectivo. Desde este punto de vista, los medios de comunicación deben disfrutar de libertad de expresión sujeta a ciertas obligaciones -por ejemplo, la necesidad de respetar la dignidad humana. En este sentido, también son cuestiones claves el acceso y la accesibilidad -la capacidad de utilizar los medios de comunicación para enviar y recibir mensajes. Esta visión también reconoce la naturaleza ambivalente de los medios de comunicación masiva contemporáneos como agentes del status quo social y como agentes potenciales del cambio. Acentuar el papel social de los medios de comunicación justifica las limitaciones que la sociedad les impone -por ejemplo, las restricciones en la concentración de la propiedad de los medios de comunicación, las reglas para los distribuidores por cable y por satélite, la obligación de trasmitir mensajes de servicio público, el derecho a responder, etcétera.

Las nuevas formas de comunicar y la creación de plataformas de comunicación interactiva y cooperativa implican también el reconocimiento de nuevos bienes comunes de la información, una redefinición de lo que se entiende por “*servicio público*” de información y comunicación y una revisión de los regímenes de propiedad intelectual. Por consiguiente, los debates sobre los medios de comunicación están cada vez más implicados en el debate internacional más amplio sobre los *derechos a la comunicación*.

**Notas y Referencias**

[1] GKP, *The Media & the Information Society*, (2004) Kuala Lumpur, GKP.  
[2] Marc Raboy, *Media and Democratization in the Information Society*,http://files.crisinfo.org/raboy.pdf  
[3] Ignacio Ramonet, *Le cinquième pouvoir*, Le Monde Diplomatique, Octobre, 2003.  
[4] Alfonso Gumucio’Dragón, *Right to Communicate*. From the Summit to the People, I4d, in http://www.i4donline.net/july05/rig...  
[5] Ignacio Ramonet en el seminario *Democratizar las comunicaciones y los medios*en el FSM el 25 de enero de 2005.  
[6] No debe confundirse con la interactividad de las comunidades vituales a través del Internet. Ver Bruce Girard (Editor) The one to watch. Radio New ICTs and interactivity, 2003, FAO, Roma, p. 8 p. 12.  
[7] Alain Ambrosi, *La difficile émergence des réseaux de communication démocratique dans l’espace politique global* in Proulx Serge et Vitalis André (dir.)*Vers une citoyenneté simulée*. *Médias, Réseaux et mondialisation*, Apogée, Rennes, 1999.  
[8] http://www.amarc.org  
[9] RedISTIC, *Otro lado de la brecha. Perspectivas latinoamericanas y del caribe ante la CMSI*, (2003), RedISTIC, Caracas.  
[10] Valérie Peugeot, *Réseaux humains, réseaux électroniques*, Paris, Charles Léopold Mayer, 2002.  
[11] Osvaldo León et Al. *Movimientos sociales en la red*, (2001) Quito, ALAI.  
[12] Manuel Castells, *La era de la información: Economía, sociedad y cultura -* *La sociedad en Red*, (1999), México, Siglo XXI.  
[13] Matthew Hindman, *Media Diversity and the Concentration of online attention*, Harvard, 2002  
[14] Por otro lado, la Unión Europea de radiodifusión cooperó en la organización, en diciembre de 2003, de un Foro Mundial sobre los Medios de Comunicación Electrónicos, uno de los eventos más importantes realizados paralelamente a la Cumbre en términos de financiamiento y asistencia. http://www.wemfmedia.org/

**Bibliografia**

«*Définir des sociétés de l’information centrées sur les besoins des êtres humains*», Déclaration de la société civile au Sommet mondial sur la société de l’information, 8 décembre 2003.  
Aigrain, Philippe, *Cause commune. L’information entre bien commun et propriété*, 2005.  
Aprea, Gustavo, *La Sociedad, Información y el Conocimiento ante la difusión de las TIC*, in http//[www.littec.ungs.edu.ar](http://www.littec.ungs.edu.ar/)   
Mattelart, Armand, *Genèse de la notion de société de l’information ;*Peugeot, Valérie (Coordonnatrice) *Réseaux humains, réseaux électroniques,* (2001) Paris, Charles Leopold Mayer-Vecam.  
Reich, Robert, *The work of the Nations. Prospering Ourselves to XX*! Century Capitalism, (1991) Nueva York, Knof.

23 de enero de 2006

Enfoques Multiculturales sobre las Sociedades de la Información. Este libro, coordinado por Alain Ambrosi, Valérie Peugeot y Daniel Pimienta, fue publicado el 5 de noviembre de 2005 por [C & F Éditions](http://cfeditions.com/).

El texto es publicado bajo licencia **Creative Commons Atribución, su uso comercial no está autorizado.**